

# 観光経営学部設置の趣旨等及びその内容について

## －大学の成長・発展を目指して－

新潟経営大学 学長 渡辺 保

### 1. はじめに

今回、新潟県では初となる観光系の学部、すなわち「観光経営学部観光経営学科」が平成27年6月18日に認可され平成28年4月開設になる。

このことにおいて、まずは設置への経過及びその趣旨を記しておくことが重要と考えた。同時に少子化の進展等厳しい環境にある大学の今後における方向性をも絡めて述べることにする。

本学は、地域の要請で設立した大学であるため、その存在意義において地域への貢献、すなわち社会貢献が使命となることは言うまでもない。また、大学の置かれた環境の変化に伴い、教育・研究に加えて社会貢献の果たす役割は大きくなっている。

そのような中、平成25年4月に出された中央教育審議会の「第2期教育振興基本計画について」（答申）の中における4つの基本方針の1つに「絆づくりと活力あるコミュニティの形成」が示され、基本政策21として「地域社会の中核となる高等教育機関（COC構想）の推進」が謳われている。その基本的考え方として「知的創造活動の拠点である大学等は、地域の中核的存在（Center of Community）である。これらの高等教育機関が有する様々な資源を活用して、地域が直面している様々な課題解決に取り組むことにより、教育研究機能の向上に資するとともに、地域の活性化にもつながることから、このような活動に対し、一層の支援を行う」と述べている。

そこで、本学では、地域の中核的存在として、地域の直面する課題解決に積極的に取り組むことが使命であると考え、新潟県央地域や県全体で抱える課題解決に取り組んできている。

そのような中において、特に、この地域を支える産業の中心的課題として「観光」と「農業」が浮かび上がってきた。

### 2. 経緯

本学では、平成23年において既に「観光ビジネス論」及び「農業ビジネス論」を開講している。これは、ある意味での観光経営学部観光経営学科設置への布石であったともいえる。

新潟県においては、従前より観光を重要課題としており、各自治体においても観光資源の掘り起こしや資源の見直しを図り、重要施策の一つとして活動している。

また、本県においては、他県にない魅力と資源を兼ね添えている実態がある。すなわち、山、川（河）、海、水、雪、温泉、島、名所旧跡、自然景観、祭り、イベント、文化施設等々である。

本県では、約7,160万人の観光客（スキーは約500万人）（25年度観光動態 新潟県発表）となっている。

しかしながら、県内の大学にはこれらに関する講座は見当たらない現状がある。全国的には観光学部が多く設置されているが本県に光を当てた科目もまた、必要なのではないかと考えられていた。

なお、「農業ビジネス論」開講に関しては越後平野の中心に位置する本学において配置されなかったのは不可解であるといっても過言ではない。農業は、もはやビジネスとしても捉えられ新しい視点からの農業を志向していくことが重要なこととして考えられ、当然、マーケティングの力によるところが大きいと予測できる。

なお、農業ビジネス（アグリビジネス）とは、農業生産を基盤として農産物の加工・流通・販売、農村環境の保全等の機能を重視し、第6次産業（第1次産業＋第2次産業＋第3次産業）とも言われ、本講座は起業等をもふまえ、経営、ビジネスという視点から、そして観光的視点からも授業展開をしている。

全国の大学の経営学部等においては勿論、大学農学部においても農業経営の科目は設置されつつある。そ

して農業をビジネスあるいは観光と捉えての学びの分野は最近では脚光を浴びつつあるものの、まだまだ広がりがない実態がある。

同じく平成24年開講の「観光ビジネス論」であるが、担当する教員がなかなか見つからず困難を極めた。しかし、当時の大野新潟県副知事（観光担当）を筆頭に観光カリスマ2名に非常勤講師をお願いし開講することができた。「農業ビジネス論」では実践、研究の面でも造詣の深い農業大学校校長の経験者を非常勤講師に迎え開講できた。

なお、この2つの科目に関しては社会人に対し、無料で開講したところ平日にもかかわらず、また、半年間の継続授業でもあったが予想をはるかに超える参加があり、大教室への変更をせざるを得なかった。これは、観光や第6次産業としての農業への関心の高さを示すものであったといえよう。同時に地域社会と本学発展のためにおいて観光系学部の必要性をこの時に確信した。また、同年、本学1年生の必修科目の時間を活用してもらい、プレアンケート（143人に実施）を行った。結果は、約1割の学生が関心を示し、観光系学部学科があると受験するかの問いには16名が受験すると答えた。同時に近隣の高校で3学年2つのクラスについてアンケートを行ったがやはり本学の1学年と近い結果であった。

その後（平成25年）において観光系学部開設を念頭においたプロジェクトを立ち上げ、県外6大学の観光系学部の視察を行った。

また本学独自の観光と学びについてのアンケート調査を本学から通学可能な高等学校30校にアンケートを持参し、3,343人からの回答を得ることができた。結果的には是非学んでみたいが86人。少しは学んでみたいが467人であったが、本学希望の有無は問うてなかった。

しかしながら、この数字からは大いに可能性大であるとみた。この期間には新潟県大学・私学振興課及び日本私学振興・共済事業団に学部新設に関しての相談等のため訪問し助言を受けている。

こうした中において平成25年9月6日の新潟日報朝刊において「県内大学に『観光学部』－県、新設目指

し調査開始へー」の見出しで知事談話として大きく掲載された。これは泉田県知事が同年9月5日において県観光復興戦略会議において構想を明らかにしたものであり、観光産業について専門的に学ぶ「観光学部」を県内大学に創設するための調査事業を近く開始するというものであった。観光関連の学部が全国的に急増する中、県はニーズが高い学部を新設することで若年層の県外流出に歯止めを掛けたいとの意向と捉えることができる。

### 3. 設置の趣旨

言うまでもなく地方私立大学を取り巻く環境は止むことのない少子化現象をはじめとして殊に小規模大学では厳しい現実がある。

なお新潟県の18歳人口における平成24年度の推移（新潟県・文科省HP）をみると、平成24年度24,255人であるものが、平成35年度18,378人（－5,877人）、と約24%減少し、地域社会そのもののシステムが崩壊するかもしれない危機に晒されているといっても過言ではない。

ア. 本県の平成26年卒大学等進学者は9,582人進学者率は、47.7%

イ. このうち大学（学部）進学者は8,444人 短大は923人

ウ. 専修学校等入学者は6,185人（卒業者の30.8%で、4年連続全国第1位

なお、県内専修学校等進学者は5,404人であり、県内私立大学進学者数1,848人の約3倍である。

エ. 私立大学進学者のうち県外私立大学進学者は4,649人であり、県内私立大学進学者の2倍以上となっている。これらから約28%が県内私立大学であり、約72%が県外私立大学である。また、県外の約8割は関東圏である。

なお、本県においては1980年代には大学数の過少性が指摘されていたが、その後1990年代に入ると大学設置の気運が盛り上がり一気に大学数は伸びていった現実がある。現在においては国立3校、県立2校、市立1校、私立11校となっており、少子化と相俟って殊に小規模私立大学は極めて入学しやすい状況となってい

る。入学定員の半数程度の大学も複数存在しており、大学の魅力度を高め、県外への進学者を引き留める努力と大学のメリットをアピールするなど専門学校進学から大学進学への変更などの推進を図っているところである。

このような中で大学は創立当初の理念を継承し、単に生き残るだけではなく発展・成長していかねばならない。それには環境分析を行い、時代の潮流の先を読み積極的に攻めの姿勢で活路を見出していく他はない。

このような中において、我が国では平成24年3月には新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定され、観光を国の重要な成長戦略の一つとしている。また、2020年の東京オリンピック・パラリンピックをインバウンド観光への活性化の機会として捉えている。既に平成27年1月から10月においては訪日客が1,600万人を超えており過去最高を更新している<sup>(注1)</sup>。新潟県においても観光立県としてその方向性を「観光立県推進行動計画」で発表している。その中において新潟県の四季折々の豊かな自然、新鮮でおいしい食べ物、数多くの温泉、文化、歴史、その他において観光に活かす資源が集積していると述べている。本県は、また、北陸・関越高速道、上越新幹線そして、平成27年3月に開業する北陸新幹線など首都圏、東北、北陸を結ぶ交通の拠点であり、更には北東アジア交流圏の表玄関であり、観光立県の実現の可能性が大きく広がっている。

加えて雪、海、島、川、山の自然と景観、温泉、各地のお祭り、イベントなど挙げればきりが無い。また、食の宝庫でありさらには春夏秋冬がはっきりしている。すなわち、ジオパークとして世界認定された糸魚川、さらには産業遺産ばかりではない豊饒の佐渡島などは、ほんの一例であるが、豊富な観光資源を生かし切れていない現実がある。

今日においては、観光は「見る」、「食べる」、「遊ぶ」を中心とした従来型の旅行だけでなく、「体験する」、「交流する」、「学ぶ」など観光のニーズが多様化し、個人やグループ旅行が増加するなど、旅行形態の大きな変化もみられる。本県は昨年、年間延べ8,000万人強の観光入込客であり、スキーの入込客にいたっては

現在では500万人に落ち込んでおり、ピーク時の30%となっている。

また、産業観光やグリーンツーリズム、ヘルツツーリズム、スポーツツーリズムなどテーマ性の強いニューツーリズムの台頭があり、観光そのものが大きく変容している。前述したように平成24年度から関係科目として「観光ビジネス論」、「農業ビジネス論」を開講し、また、学部・学科として調査・研究をしてきた経緯がある。今、世界では約10億人が観光として移動している実態があり、経済的波及効果も計りしれないものがあり、豊富な観光資源を活かすには、地域をコーディネートするリーダー（人材）の育成が必要不可欠である。

なお、本県は稲作を中心とした国内有数の農業県であるが、農業を取り巻く国内外の環境は予断を許さない状況にある。第6次産業ともいわれる農業を食及び観光とマネジメントなどの視点からアグリビジネスの学びが必要と考える。県内におけるインバウンド観光を推進するには宿泊産業の成熟が求められるが、マネジメント能力を兼ね備えた人材の要求もまた強い。さらには、観光産業で活躍するには使える英語を徹底し、身につけさせることが欠かせない。観光に関わる人材養成の教育機関として本県については専門学校が2校設置されているが殆どが宿泊産業および語学関連である。もちろん、大学においては学部、学科は存在しない。このため観光を学びたいとする者は県外大学への進学を余儀なくされている。

このような理由から新潟県においては観光系学部が待ち望まれており、本学の設置の要望は時代と地域が望んでいるものであるといえる。

## 4. どのような人材を養成するのか

### 1) 共通する人物像

- ① 地域の観光資源をコーディネートでき、且つ、地域活性化に貢献でき、観光産業及びビジネスの発展に寄与できる人材を育成する。
- ② 幅広い教養と観光の専門的知識はもとより、マネジメント能力をも兼ね備えた、広く産業に寄与できる人材を育成する。



- ③ 新潟県を中心として国内外で活躍できるグローバル（グローバル＋ローカル）な人材を育成する。

## 2) 教育研究上の目的

- ① 経営学をベースとし観光をマネジメントの視点から研究し、教育を行う。
- ② 本学の全学的な強みである経営学を通して、観光産業及び地域に貢献し国際社会に発展できる教育を行う。

## 3) 卒業後の進路

- ① 本学部卒業生はマネジメント、観光、語学の知識を基盤とし、観光産業をはじめ、あらゆる分野での活躍が期待できる。
- ② 多くの地域資源や農・食等をマネジメントし、地域社会はもとより国際的分野への進出が可能となる。

## 4) それぞれの活躍の場における人材養成

観光経営学部では2年次より深い専門性の追求を行い、学生の興味・関心と将来の進路に応えるため以下の4つのコースを設定している。なお、他コースの科目も履修できるようフレキシブルな体制をとっている。

- ① レジャー・まちづくり コース（地域資源をマネジメントする）

### 地域振興と、まちづくりのリーダーを養成

それぞれの地域には、自然や景観、伝統、文化などの観光資源があり、これらに付加価値をつけ、観光客の欲求とニーズに応えることが大切である。また、地域の環境を護り自然の魅力を活かす考え方を学ぶ必要がある。

なお、スキー場やゴルフ場、マリンスポーツなどのアウトドアスポーツそしてレジャー施設あるいはリゾート施設などにおいてはマーケティングあるいはマネジメント能力が求められており、さらには温泉、産業観光、名勝などの観光資源はどうあるべきか。近年において注目されているクリーンな自然エネルギーと環境についても学びを広げ、単に理論に留まらず、フィールドワークや実習を通し、まちづくりなどの地域振興に役立つリーダーたる人材を育成する。

活躍の場としては主として地方公務員、国家公務員、レジャー・スポーツ関連産業、観光協会、商工会議所、商工会、NPO、観光物産館、観光農園、アウトドアメーカー、リゾート開発企業、不動産業、その他観光関連業界、金融機関、一般企業などいずれの分野にも進出できる。

- ② アグリ・フードビジネス コース（食をマネジメントする）

### 農業と食を、観光とマネジメントの視点から追求し新たなビジネスを展開する人材の育成

農業県であり、越後平野の中央に位置する本学においてはアグリ（農業）やフード（食）のビジネスを学ぶには絶好の好環境にある。今、農業はビジネスや観光として新たな視点から捉えられている。すなわち、第6次産業としての農業であり、食文化そのものである。

また、新しい発想に転換をしていくことは我が国経済においても極めて重要なこととして考えられ、今その人材育成が求められている。

本コースは農産物等の食品の加工や流通、販売そして農村（地域）環境の保全等に着眼しつつ、起業（会社づくり）等を踏まえ安全、安心、おいしい、そして、良質な食品とはどういうものかを提案できるエキスパートの人材を育成する。当然ながら経営・ビジネス・観光という視点から授業を展開し、基盤となる実習も重要視する。

活躍の場としては、農業ビジネス法人起業、農業協同組合、観光農園、農業法人、商社、NPO、食品加工会社、食品流通会社、農家民宿、リゾート開発企業、不動産業、農家レストラン、一般企業など、いずれの分野にも進出できる。

- ③ 英語・ツーリズム コース（交流をマネジメントする）

### 語学と観光を学び国際ビジネスパーソンを目指す

この領域においては主として国際社会で活躍できるビジネスパーソンを目指す。国際的な企業、商社、航空業界、輸送・交通産業等で活かせるマネジメント能力を身に付けると同時に、徹底した英語教育を実践し、英検1級、TOEIC、TOEFL

あるいは通訳案内士（通訳ガイド）を目指し、第二外国語（中・韓・露のうち一つ）も学び、身に付ける。

すなわち語学力を武器に観光関連業界に限らず、商社、貿易会社、銀行、教育などの分野へと多岐にわたって活躍できる。また、旅行業界で活躍したい人には旅行産業の実務に必要な国家資格「国内旅行業務取扱管理者」、「総合旅行業務取扱管理者」の資格取得を目指すための科目も用意する。

活躍の場としては主として旅行社、航空及び関連会社（フライトアテンダント、グラウンドスタッフなどの空港スタッフ）、商社、貿易会社、観光ガイド（通訳）、運輸会社、銀行、観光協会、地方自治体職員、国家公務員、レジャー・スポーツ関連施設、観光物産館、リゾート開発企業、不動産業、マスコミ・出版、イベント企画会社、一般企業など、いずれの分野にも進出できる。

- ④ ホテル・ホスピタリティ コース（癒しをマネジメントする）

#### 宿泊産業における高いマネジメント能力をもった人材の育成

主として、ホテル等宿泊産業や外食、ブライダルそして冠婚葬祭産業についても学ぶ。キャリア形成のために企業での実務研修で理論の裏付けを図り、高い知識とスキルを身に付ける。これらの業界において、より付加価値の高いサービスを提供でき、自ら企画・提案できるホスピタリティあふれる中堅業界人・リーダーとしての人材を育成する。

資格・検定ではサービス接客検定やレストランサービス技能検定など関連資格が多くあり、チャレンジしていく。活躍の場としては、主としてホテル、旅館等宿泊産業、レストラン、ブライダル企業、飲食業起業、冠婚葬祭産業、交通関係業界、空港、旅行会社、観光協会、レジャー・スポーツ関連施設、観光物産館、観光農園、リゾート開発企業、不動産業、マスコミ・出版、イベント企画会社、NPO、一般企業、いずれの分野にも進出

できる。

## 5. 学部・学科の特色

本学部は「観光経営学部」を冠しており、我が国においては、現時点では初めての名称である。観光経営学科の名称は他大学においてもみられるが、経営大学の学び及び理念のもと、経営学を基盤としており、その影響を受けている。いわばマネジメント能力を持った人材の育成を意識したカリキュラムをはじめとする教育体制をとっている。主たる特色を挙げると下記の通りである。

- ① バリエティに富んだ多数の観光関連科目の配置
- ② 経営・マーケティング・会計科目等多数を必修科目としている

これは経営大学の強みを生かしたカリキュラム編成であり、新潟県が平成26年に発表した「魅力ある学部等設置検討調査報告書」では業界からの要望は、マーケティングや会計、語学力、論理的思考力を重視してほしいと報告している。

- ③ 語学力（英語）の徹底養成

1年次から4年次まで語学を必修とし、時間を多く割き、ツールとしての英語を実践的に学ぶ。観光英語にも重点を置き、短期目標の一つとして検定にも取り組む。英語海外実習も重要視する。

- ④ フィールドワークや実務の重視

座学中心では観光という専門領域から実態を把握できず、又、実際、目や身体で実感することが重要である。実習やゼミ活動、専門科目においても積極的に学外に出ることを実行する。

- ⑤ ホスピタリティマインドの実践教育

1年次における「ビジネスマナーとホスピタリティ」においてその基礎を徹底する。また、「基礎ゼミナール」、「キャリアデザイン」等においても教育していく。なお、授業だけでなく、ごく自然にマナーや挨拶、おもてなしの心が身につくよう学部の特長として確立していく。

- ⑥ 地元・地域に密着したテーマの追求

県や地域の特徴や強みを活かした教育テーマを設定し、地域社会の発展に寄与する。例えば眠っ

た観光資源を掘り起こし、地域の活性化に貢献する。また、本県の主力産業である農業を観光という視点から捉えた領域（コース）は本県の特徴を表し本学の学びの特徴でもある。

- ⑦ 大学と地域・企業（業界）との協力体制の確立  
宿泊産業をはじめスキー場等のレジャー産業施設、観光農園、農家、流通業、食品加工など産学の連携を深めていく。

- ⑧ 国家資格・検定等資格指導の徹底指導

それぞれの進路、自己実現のために積極的にサポートする。英語関連資格はもとより国内旅行業務取扱管理者、総合旅行業務取扱管理者、通訳案内士（通訳ガイド）、ホテルビジネス検定、販売士、簿記検定、レストランサービス検定などである。

- ⑨ 産業界出身の教員の実務的指導

研究者のみならず、実務経験豊富な教員によるバランスのよい教育体制である。

- ⑩ 少人数教育による親身な指導

1 学年60名の少人数の学部であるが、その分、学生に対し、目が行き届き「個別対応」重視の教育による自己実現を確立できる。

- ⑪ 授業は厳しいが夢と希望を与える教育

個々の個性と成長（実力をつける）を促進させるため教員が一体となった教育体制を堅持する。

#### アドミッションポリシー（入学者受け入れ方針）

観光経営学部は新潟経営大学のアドミッションポリシーを踏襲し、なお且つ学部の独自性を鑑み、アドミッションポリシーを設けている。

- ① 観光を通じた地域の活性化やまちづくりに興味・関心が高く地域社会のために活躍したい者。
- ② ホスピタリティ精神が旺盛で旅行、宿泊、交通、ブライダル、各種レジャー施設等観光関連産業に興味がある者。
- ③ 英語をはじめとして外国語に興味があり、これらを活かし観光産業をはじめとして各界で活躍しようとする者。
- ④ 観光を通じて経営、経済、マーケティング、会計、一般教養など幅広い知見とコミュニケーション

ン能力を身につけたい者。

- ⑤ 観光を学びこれらを通じて自治体職員あるいは教育界において活躍したい者。
- ⑥ 地域産業とりわけ農業や食に興味・関心が高く、広く当該産業で活躍したい者。
- ⑦ 経験豊かな社会人の学びの場を設定し条件を整える。

#### カリキュラムポリシー（教育課程の編成方針）

基礎から観光を1年次より学び、2年次以降については興味・関心あるいは将来を見据えコース制を敷く。全員がワクワク感をもって学べる科目編成とする。進級や単位取得には妥協を許さず、4年間しっかりと学ばせる体制を堅持する。

- ① ゼミナールを重視し、1年より必修とする。
- ② 語学力を重視する。全員に対し相当な時間数を設定し、英語の授業を多く設定。
- ③ 体系的で系統的なカリキュラムを設定し、無理なく学べるようにする。
- ④ 地域や企業と連携した実践的なカリキュラムとする。
- ⑤ 観光関連科目として、ビジネス、マネジメント、マーケティング等も重視する。
- ⑥ 充実した資格取得サポート・システムを盛り込む。
- ⑦ 実習等フィールドワークを重視する。

#### ディプロマポリシー（学位授与条件）

幅広い教養と専門知識と共に地域の人々と連携して、地域を牽引していく実践力を磨くためカリキュラムを通し、以下の6点の力を身につける。

- ① おもてなしの心と実践力
- ② コミュニケーション力
- ③ 創造力と企画力
- ④ 国際感覚と行動力
- ⑤ リーダーシップ
- ⑥ ビジネスマナー



## 6. おわりに

前述のように少子化の進展をはじめとして様々な環境変化が殊に地方大学を取り巻いている。このような現状の中でいかに大学が成長・発展し地域に貢献できるか真価が問われている。今回の観光経営学部設置はそれらに答えていくための大きな一つでもある。学部設置においては、まず、建物の設置、教員の採用、そして学生の確保と出口（卒業後）の保障等々財務支出のみならず諸々の要因が絡み、ある種のリスクが伴っており、生半可な計画と実践は社会から容易に受け入れられないと考える。このため認可は単なるスタートに過ぎなく、学部に関わる教職員の熱意と行動力が学部発展の礎となるのはいうまでもないことである。

これには、まずは実践力が問われることになる。次は知恵（アイデア）である。すでに本学だからできる、本学にしかできないプラン、アイデアが集積されているが、これをいかに学修と地域貢献にうまく繋げられるか鍵となる。

例えば新たな各種ツーリズムの台頭の中で「カレッジツーリズム」も志向すべきと思うし、また、あまり観光資源とは捉えられてはいない信濃川や越後平野（田圃）なども仕掛けによっては面白いものになろう。新潟県では冬の観光の目玉となっているスキー場も観光的発想では大いにプラスに転換する可能性大である。衰退している商店街もしっかりであり、これらはほんの一例に過ぎない。

この学部では成長力No1、そして自己実現No1を謳っているが、既存の経営情報学部もまた同様に考えている。

学部の評価は毎年問われることになるが殊に4年後はその真価が問われる。学生が将来に夢を持ち毎日ワクワク感を持って学修にはげみ、学生生活を謳歌し、誇れる母校になるように関係する全ては尽力を惜しんではないまた、我々個々自らもやりがいをもてる大学を目指したいものである。

なお、観光経営学部開設は大学の成長・発展の一つであり、これで終わりではない。今後において新潟経営大学の明確なる中長期計画のもとで将来をしっかりと見据えた実践が問われる。

（注1）平成27年11月19日付け新潟日報より

### <参考文献>

- 1) 「新潟県の観光動態」新潟県、各年度版
- 2) 「新潟県観光立県推進行動計画の概要」新潟県、平成25年8月
- 3) 「観光立国推進基本計画」国土交通省、平成24年4月
- 4) 「新潟経営大学観光経営学部観光経営学科（仮称）設置構想についての人材見通し調査報告書」(株)紀伊国屋書店、(株)高等教育総合研究所、平成27年2月
- 5) 新潟経営大学観光経営学部観光経営学科（仮称）設置構想についての学生確保の見通し調査報告書」(株)紀伊国屋書店、(株)高等教育総合研究所、平成26年11月
- 6) 観光庁編「観光白書」国土交通省 各年度版
- 7) 「文部科学白書」文部科学省、各年度版
- 8) 「レジャー白書」日本生産性本部、各年度版
- 9) 中央教育審議会「第2期教育振興基本計画」平成25年4月、文部科学省、
- 10) 「25年度大学等進学状況調査」新潟県教育庁HP、平成25年12月8日
- 11) (株)JT総合研究所「魅力ある学部設置検討調査」新潟県、平成26年3月

### <資料>観光経営学部設置に至る過程の概略

平成24年（2012）4月「観光ビジネス論」、「農業ビジネス論」を開設  
両科目とも無料開講 社会人多数参加  
大学そして地域の発展のためには観光系学部の必要性を実感  
平成25年4月 新学部開設にむけプロジェクト立ち上げ  
6月～7月 県外の6大学を視察  
2月 本学独自アンケート実施 近隣高校（30校、3,343人）、県内企業・団体500社送付  
7月10日 新潟県大学・私学振興課へ初めて訪問、助言を受ける  
8月19日 日本私学振興・共済事業団に学部新設に関する相談  
9月6日 新潟日報 「県内大学に観光学部」の見出し 泉田知事構想談話  
19日 新潟県総務管理部副部長、大学・私学振興課長、同課長補佐来学  
10月15日第348回 教授会で観光経営学部開設決定  
30日文科省へ事務相談（1回目）  
11月22日 日本経済新聞 県内大学に「観光学部」高校生らに関心調査  
12月11日 観光庁においてセントラルフロリダ大学 原田教授講演 その後同教授に個別相談  
平成26年  
3月20日 新潟県大学・私学振興課へ報告・相談  
4月16日 日本私学振興・共済事業団に報告・相談  
4月25日 本学園理事会で観光経営学部開設方向での調査決定  
26日 新潟日報記事 新潟経営大に観光学部  
7月 第三者（業者／高総研・紀伊国屋）による高校47校2学年（有効回収件数7,741）に対しアンケート調査実施（『観光経営学部観光経営学科（仮称）設置構想についての学生確保の見通し調査』）

---

9月4日 文科省へ事務相談（2回目）  
9月12日 理事会において観光経営学部開設承認  
10月 企業団体等へのアンケート調査実施、依頼件数300件／  
回収件数91件／回収率30.3%（『観光経営学部観光経営学科  
（仮称）設置構想についての人材需要の見通し調査』  
11月 新学部 教員採用 14名（うち3名は配置転換）  
文科省へ事前相談資料送付  
平成27年（2015年）  
3月7日 新潟中央短期大学の校舎移転並びに新潟経営大学観  
光経営学部棟（一部共用棟）新築工事着手（完成予定：平成  
28年1月末）  
6月18日 定数増及び観光経営学部認可  
6月24日 観光経営学部認可をうけて県庁で記者会見（学長、  
新学部長他）  
7月3日 泉田県知事へ認可報告（理事長、副理事長、学長、  
新学部長他）  
9月12日 AO1期入学試験実施  
以降は指定校入試、センター試験、前期・後期一般試験実施  
予定